

Медиа и кроссплатформенность

**Алексей
Филипповский**

+7 968 936 51 22
a.filippovskiy@rian.ru

Потеря идентичности. Все, что остается — логотип и tone of voice.



Как работаете людям, отказавшимся от привычного офиса ради мечты и насколько их ожидания совпали с реальностью.



СКАЗОЧНЫ

Почему люди бр

RIA.RU



РОССИЯ
СЕГОДНЯ

ВСЕ

ЭКОНОМИКА

Болгария выступит в СоЕвросоюза за отмену антироссийских санкций

Сюжет: [Санкции в отношении России](#)

15:41 20.09.2017 (обновлено: 17:29 21.09.2017)



© REUTERS/ Stoyan Nenov



Данные Twitter, Facebook и Google уже повлияют на позицию США, судя по заявлениям в ГД

ноября 2017

Введите запрос или URL

Глава Каталонии призвал приостановить провозглашение независимости



RIA Новости - 13 минут назад

Киев ответил на предложение президента Чехии отдать Крым России за плату



РБК - 30 минут назад

Назван размер средней зарплаты в Москве в 2020 году



Новости Mail.Ru - 6 часов назад

Американец 19 лет удерживал падчерицу в сексуальном рабстве



Lenta.ru - 6 часов назад

Больной раком Михаил



МОСКВА, 2 ноя — РИА Новости. Заявление Twitter, Facebook и Google в конгрессе США о бездоказательности утверждений о российском вмешательстве в выборы

Новые платформы развиваются независимо от медиа и не для медиа. Правила игры задают IT компании.



Новые возможности



Аудитории

Мы получили доступ к той аудитории, которой у нас никогда не было.



Простота создания

новых брендов

Еще никогда в истории не было так быстро, дешево и просто создать новое медиа



Маркетинг

Граница между автором и читателем практически пропала. Мы можем получить именно тех читателей, которых мы хотим.

Контент больше не король, на троне технологии

Умение «обернуть» и
«распространить» все
чаще важнее

Авторов просто
успокаивают, обещая
сделать все за них

Создаются замкнутые
информационные
пространства

Контроль за доходами
перераспределяется

Потеря контроля

Медиа пока сохраняют контроль за производством контента, но стремительно теряют управляемость средств распространения.

Метасми не панацея, а просто «продажа» контента через другого посредника.

Изменения рынка вряд ли обратимы, поскольку не существуют общего выразителя интересов СМИ.

Что делать?

**Без паники —
заговора нет**

**Долгосрочной
стратегии тоже нет**

**Тратить больше
на R&D**

**Быть гибкими,
как стартапы**

Ничего страшного не происходит. Медиа это тот же сервис. Но пока мы продолжали называть себя 4 властью, люди учились делать хорошие сервисы.

Спасибо за внимание

**Алексей
Филипповский**

+7 968 936 51 22
a.filippovskiy@rian.ru